

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti mengenai faktor-faktor motivasi yang mendorong wisatawan nusantara untuk berkunjung ke Keraton Ratu Boko, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan analisis dengan menggunakan metode analisis faktor didapatkan hasil temuan berupa 12 faktor motivasi yang terbentuk yang mendorong wisatawan untuk berkunjung ke Keraton Ratu Boko. Faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut : (1) *Self Fulfillment* (2) *Escape* (3) *Services Quality* (4) *Educational Motivation* (5) *Local Hospitality* (6) *Cultural Experience* (7) *Social Esteem* (8) *Natural Setting* (9) *Leisure Activities* (10) *Heritage Value* (11) *Novelty Seekin dan* (12) *Information*. Seluruh faktor yang terbentuk dapat dinyatakan layak untuk digunakan, karena dari hasil analisis pada tahap *reproduced correlation* nilai persentasenya menunjukkan angka 24% yang menunjukkan bahwa faktor yang terbentuk memberikan penjelasan yang cukup kredibel dari matriks korelasi antar item/indikator yang diamati.
2. Dari 12 faktor motivasi yang terbentuk, yang menjadi faktor dominan dalam penelitian ini adalah faktor *self-fulfillment*. Faktor ini memiliki nilai eigen value yang paling tinggi sebesar 9,705 dengan nilai varians sebesar 24,263. Faktor ini meliputi keinginan wisatawan untuk membahagiakan diri sendiri, menghindarkan diri dari rutinitas sehari-hari, merileksasikan mental dan fisik, menghindarkan diri dari tekanan hidup, berlibur di tempat wisata yang aman dan selamat, berlibur di tempat yang bersih dan tertata, memenuhi mimpi dan keingintahuan dan bersantai. Dengan nilai rata-rata tanggapan wisatawan yaitu sebesar 387,125 yang melebihi nilai rata-rata tanggapan secara keseluruhan yaitu sebesar 375,566.

5.2. Implikasi

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai motivasi wisatawan salah satunya menurut Danu Hermansyah dan Bagja Waluya (2012) bahwa dengan teridentifikasinya motivasi wisatawan saat berwisata

Evi Triani, 2019

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI YANG MENDORONG WISATAWAN
NUSANTARA UNTUK BERKUNJUNG KE KERATON RATU BOKO**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

maka akan terlihat apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Jika keduanya terpenuhi maka wisatawan akan merasa puas dan ada kemungkinan untuk berkunjung kembali dan ikut serta dalam mempromosikan destinasi wisata yang dikunjungi sehingga jumlah kunjungan akan meningkat. Selain itu dengan teridentifikasinya motivasi wisatawan saat berwisata maka akan memudahkan pengelola dalam memfokuskan usaha pemasaran wisata berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan wisatawan yang dapat dipasarkan melalui berbagai program pemasaran sehingga akan menghindari kesalahan penawaran nilai dan manfaat kepada wisatawan. Sehingga penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pengelola dan pemasar situs-situs warisan budaya. Dengan teridentifikasi dan terbentuknya 12 faktor baru yang mendorong wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata budaya, diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola dan pemasar dalam peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Keraton Ratu Boko dengan tepat sasaran sesuai dengan karakteristik destinasi dan karakteristik wisatawan yang ada.

5.3. Rekomendasi

Dalam hal ini rekomendasi disusun untuk PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (Persero), khususnya kepada Unit Keraton Ratu Boko sebagai referensi untuk melakukan pengembangan di Keraton Ratu Boko. Rekomendasi ini disusun berdasarkan pada faktor-faktor motivasi wisata baru yang terbentuk, karakteristik wisatawan dan perilaku wisatawan yaitu sebagai berikut :

- a. Memperluas target pasar, dengan melakukan suatu strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik destinasi Keraton Ratu Boko dan karakteristik wisatawanannya.
- b. Menciptakan suatu pengembangan baik dari segi daya tarik wisata, maupun aktifitas dan fasilitasnya yang menarik bagi wisatawan baik itu wisatawan massal maupun wisatawan minat khusus.
- c. Membuat atraksi dan aktivitas yang nyaman dan dapat membuat wisatawan puas saat berwisata di siang hari, mengingat jumlah wisatawan yang berkunjung ke Keraton Ratu Boko yang cukup banyak pada siang hari. .
- d. Menjadikan Keraton Ratu Boko sebagai suatu daya tarik wisata yang mampu bersaing dengan candi lainnya. Dengan harga tiket yang sama dengan Candi Borobudur dan Candi Prambanan yaitu sebesar Rp. 40.000., penulis merasa bahwa fasilitas, atraksi dan aktivitas yang

Evi Triani, 2019

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI YANG MENDORONG WISATAWAN
NUSANTARA UNTUK BERKUNJUNG KE KERATON RATU BOKO**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

didapatkan oleh wisatawan tidak sesuai, terlebih bagi wisatawan yang berkunjung tanpa menggunakan shuttle bus dari Candi Prambanan. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan fasilitas berdasarkan pada kebutuhan wisatawan, atraksi yang diminati oleh wisatawan, dan aktivitas wisata berdasarkan pada motivasi wisatawan yang berkunjung ke Keraton Ratu Boko.

- e. Jasa foto yang ada dan foto yang dicetak harusnya bukanlah foto dengan latar belakang spot foto buatan seperti bentuk *love*, karena hal tersebut tidak menunjukkan seperti di Keraton Ratu Boko. Alangkah lebih baiknya apabila petugas foto yang biasanya bertugas di pintu masuk ditempatkan di gapura keraton, agar *branding* Keraton Ratu Boko lebih tersampaikan kepada wisatawan dan wisatawan dapat lebih mengingat Keraton Ratu Boko.
- f. Pemberian informasi yang dilakukan dalam bentuk banner yang disimpan di Candi Prambanan atau dalam bentuk lainnya, sebaiknya tidak hanya keindahan alamnya saja yang ditampilkan, namun juga banyaknya pengunjung yang datang, dan foto-foto wisatawan dengan berbagai aktivitas wisata yang dilakukan, karena berdasarkan pada hasil penelitian, bahwa sebagian wisatawan yang berkunjung ke Keraton Ratu Boko cenderung ingin seperti orang lain (*social-esteem*).
- g. Dalam memenuhi kebutuhan dasarnya, yaitu kebutuhan akan makanan dan minuman hanya sebagian wisatawan yang menikmati makanan di Ratu Boko Resto, sebagian besar lainnya membeli makanan dan minuman yang ada di kios-kios sekitar Keraton Ratu Boko. Hal ini diduga karena kurangnya informasi yang diberikan oleh petugas terkait Ratu Boko Resto, menu makanan dan minuman yang disediakan, dan pemandangan yang dapat dinikmati oleh wisatawan sambil menyantap makanan yang disediakan. Oleh karena itu, perlu adanya promosi secara *personal selling* kepada wisatawan yang berkunjung ke Keraton Ratu Boko.
- h. Berdasarkan pada banyaknya minat wisatawan untuk menikmati kuliner di perkiosan sekitar Keraton Ratu Boko, maka demi kenyamanan dan kepuasan wisatawan saat berkunjung, pihak manajemen Keraton Ratu Boko sebaiknya bekerjasama dengan masyarakat sekitar untuk membangun kios yang nyaman, bersih, dan melakukan penataan ruang agar kios tidak seperti kios-kios pedagang kaki lima.

Evi Triani, 2019

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI YANG MENDORONG WISATAWAN
NUSANTARA UNTUK BERKUNJUNG KE KERATON RATU BOKO**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- i. Bagi wisatawan dengan motivasi untuk menikmati pemandangan alam (*natural setting*), kawasan Keraton Ratu Boko berdasarkan pada preferensi wisatawan adalah menginginkan lebih banyak pepohonan agar lebih indah dan lebih nyaman saat berwisata. Oleh karena ini, jika memungkinkan Keraton Ratu Boko agar ditanami lebih banyak pepohonan.
- j. Beberapa wisatawan dengan motivasi untuk mempelajari sejarah, menambah pengetahuan tentang warisan budaya, menjelajahi daya tarik wisata sejarah dan budaya (*educational motivation, heritage value & cultural experience*), merasa kebingungan saat memasuki gapura Keraton Ratu Boko, selain itu sebagian wisatawan hanya mengetahui Keraton Ratu Boko itu hanya sebatas gapura dan gardu pandang, wisatawan tidak mengetahui adanya pendopo, gua, kolam-kolam dan bangunan lainnya yang terletak di bagian dalam keraton. Hal ini diduga akibat kurangnya informasi yang diberikan oleh petugas, kurangnya petunjuk arah, tersedianya leaflet yang tersedia di customer service tidak diketahui oleh wisatawan dan tidak ada yang membagikannya kepada wisatawan saat wisatawan memasuki pintu masuk. Oleh karena itu, perlu dibangun pusat informasi di dalam kawasan Keraton Ratu Boko agar wisatawan dapat dengan mudah bertanya dan mendapatkan informasi yang dibutuhkannya dan keinginannya untuk mempelajari sejarah dan budaya dapat terpenuhi.
- k. Berkaca dari pelaksanaan Festival Ratu Boko yang dilaksanakan pada tanggal 22-23 September 2018, peminatnya cukup banyak baik itu wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, oleh karena itu dalam rangka untuk memperkenalkan Keraton Ratu Boko kepada wisatawan dalam cakupan yang lebih luas lagi, penyelenggaraan event seperti festival atau pertunjukan budaya lainnya agar kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko dapat bertambah.
- l. Dan perlu adanya pengembangan-pengembangan lainnya yang disesuaikan dengan motivasi wisatawan yang berkunjung ke Keraton Ratu Boko agar pengembangan tersebut tepat sasaran sehingga keinginan dan kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke Keraton Ratu Boko terpenuhi yang akan berdampak baik terhadap citra daya tarik wisata, dan diharapkan dengan begitu jumlah kunjungan dapat meningkat.

Selain menjadi referensi bagi Unit Keraton Ratu Boko, diharapkan penelitian ini pun dapat menjadi referensi bagi penelitian

Evi Triani, 2019

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI YANG MENDORONG WISATAWAN
NUSANTARA UNTUK BERKUNJUNG KE KERATON RATU BOKO**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

selanjutnya untuk membahas lebih dalam mengenai motivasi wisatawan yang berkunjung ke Keraton Ratu Boko sehingga diharapkan dapat tercipta pengembangan yang sesuai dan strategi-strategi pengembangan yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Keraton Ratu Boko dan menjadikan Keraton Ratu Boko sebagai daya tarik wisata yang dapat bersaing dengan daya tarik wisata lainnya, khususnya Candi Prambanan dan Candi Borobudur juga daya tarik wisata sejarah dan budaya lainnya.

5.4. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaannya penulis telah berusaha untuk melakukan penelitian ini dengan sungguh-sungguh dan sesuai dengan prosedur ilmiah. Namun tidak menutup kemungkinan adanya keterbatasan penelitian yang dialami oleh penulis selama melaksanakan penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana teknik pengambilan data yang digunakan adalah dengan kuisioner, sehingga pada saat proses pengambilan data terdapat beberapa wisatawan yang menjawab pertanyaan dengan asal-asalan dan tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Hal ini diduga disebabkan karena indikator yang digunakan dalam kuisioner jumlahnya terhitung banyak dan beberapa wisatawan tersebut merasa bosan. Selain itu, beberapa indikator yang digunakan dalam penelitian memiliki makna atau arti yang hampir sama dengan indikator lainnya yang ditulis dalam kalimat yang berbeda yang mungkin membuat wisatawan merasa pertanyaan dalam kuisioner ditulis dengan berulang kali, sehingga dalam penelitian ini hasilnya banyak angka yang hampir sama dan terdapat banyak korelasi antar faktor. Namun, setelah melalui berbagai proses analisis, data-data yang didapatkan adalah valid dan layak untuk digunakan.